Rassegna stampa
7-8 giugno 2023

CONFCOMMERCIO
LECCO
Presenti, futuro

8 giugno 2023

LA PROVINCIA
GIOVEDÌ 8 GIUGNO 2023

BERGAMO TRUCKS
PER LE PROVINCE DI BERGAMO, LECCO E SONDRIO
Tel. 035.801267
amministrazione@bergamotrucks.it

FABER
GIOVANI | IMPRESE | TERRITORIO

BERGAMO TRUCKS
PER LE PROVINCE DI BERGAMO, LECCO E SONDRIO
Tel. 035.801267
amministrazione@bergamotrucks.it

«L'ape indaffarata non ha tempo per rattristarsi» WILLIAM BLAKE

«IL TURISMO È UN BEL LAVORO DOBBIAMO TORNARE A DIRLO»

L'analisi di Magda Antonioli, presidente dell'Osservatorio Nazionale sul settore e docente all'Università Bocconi
«Bisogna renderlo attrattivo per i giovani, convincerli che le scuole alberghiere non sono istruzione di serie B»

E' necessario trasmettere alle persone il valore del turismo, incentivandolo con investimenti e campagne di sensibilizzazione. Rilanciare l'appeal è la base di qualsiasi attrazione per il mondo del lavoro e il rilancio dell'appeal passa anche dalla rivalutazione delle scuole alberghiere, che non rappresentano formazione di serie B».
Lo afferma Magda Antonioli, presidente dell'Osservatorio Nazionale sul Turismo, vicepresidente dell'European Travel Commission e docente al master in Economia del turismo e in vari corsi di formazione a livello manageriale nell'ambito della School of management dell'Università Bocconi.

Professoressa, qual è oggi il panorama del lavoro turistico in Italia?
Il lavoro nel turismo ha un carattere particolare e, come in altri settori, avviene a diversi

Turisti in attesa di salire su un battello della Navigazione: il lago di Como ha un grande bisogno di personale qualificato nel settore

8 giugno 2023

altri settori, avviene a diversi livelli, più o meno qualificati. Il settore è ad alta intensità di lavoro, include anche molto lavoro qualificato, anche a livello manageriale, dà molta occupazione a donne e giovani, è eterogeneo per varietà di professioni e per aspetti legati alle caratteristiche dei territori. Ma ultimamente è un settore in cui non è ambito lavorare, a differenza del passato in cui la bellezza del lavoro del turismo aveva molto a che vedere con la possibilità che dava ai giovani di entrare in contatto con le persone lavorando ma in un ambito di vacanza dove la gente si divertiva. Per l'Italia il turismo è sempre stato un contatto fra chi è in vacanza, i giovani e il mondo. Continuando coi dati belli, ma poi le do anche quelli inclementi, l'occupazione nel turismo ha anche avuto, ed ha, un tema di fierezza con la nostra cultura, del dare attraverso il lavoro nel turismo l'idea delle nostre tipicità dal cibo all'arte.

Magda Antonioli

Abbiamo perso parecchio di tutto ciò?

Sì, perché il lavoro nel turismo ha assunto un tratto residuale in quanto è visto un po' come l'andare a fare un servizio, l'essere un po', schiavi di qualcun altro. Il problema sta nel fatto che non si accetta di lavorare quando altri sono in vacanza, ma ciò accade anche in altre professioni. C'è inoltre il tema della stagionalità: per avere una qualità alta non si può investire su una persona per sei mesi e poi dirgli vai via perché è arrivato l'autunno. Inoltre parliamo di un settore non agevolato da salari che, soprattutto per le qualifiche basse, sono inferiori rispetto a quelli di altri settori. E non aiuta certo il fatto che esista anche una giungla di contratti nel settore e che ci sia anche molto lavoro sommerso.

La carenza di manodopera è il primo problema del settore?

E' uno dei problemi. C'è necessità di trovare manodopera, un problema che hanno anche i nostri partner commerciali esteri di Francia e Spagna. Ma noi abbiamo anche un'esigenza di riqualificare la parte pubblica dei servizi turistici e anche quella privata delle aziende del settore. Per i servizi di informazione e altro al pubblico serviranno persone con maggiori competenze sulle tecnologie informatiche. C'è un disallineamento fra le professioni del turismo e forse anche dei beni culturali con quello che dovrebbe essere il potenziale del nostro patrimonio. Il turismo è anche un settore in cui è difficile tenersi i lavoratori più bravi, che poi vanno altrove.

Molto spesso fra altri settori ci sono travasi di managerialità, mentre nel turismo c'è poca mobilità in arrivo da altri settori e ciò in buona parte per il fatto di dover lavorare di sabato e di domenica, in orari scomodi.

Come rimediare?

Per prima cosa serve un cambio di visione sul turismo, che va di nuovo reso settore attrattivo. Servono campagne di sensibilizzazione e, ovviamente, per renderle efficaci bisogna crederci. Comunicare cos'è il turismo e spiegare la bellezza di lavorare nel settore, fare recuperare anche un po' di curiosità è il primo passo per togliere alla base riserve e pregiudizi.
Secondo, il settore è sottopagato e quindi vanno alzati gli stipendi.
Inoltre, visto che il freno principale per lavorare nel settore sta negli orari di lavoro, bisogna intervenire sui turni aumentandone il numero, come accade per il personale sanitario, i farmacisti, le forze dell'ordine e molti altri. Le grosse catene alberghiere straniere lo fanno più degli italiani.
Un problema che c'è per certe località (ad esempio Cortina per le Olimpiadi) sta nel fatto che se sviluppiamo la ricettività alberghiere cresce il problema, che già abbiamo, degli alloggi che vanno forniti al personale. E a proposito di disallineamento fra quel che c'è e il potenziale del nostro turismo, è necessario pensare alle scuole, agli Its, agli istituti professionali. Serve un reskilling sulle professioni digitali: tutte cose in cui è evidente come sia necessario incrementare la formazione.

Le grandi catene organizzano anche la formazione interna, ma l'Italia ha un turismo basato in grandissima parte su micro e piccole attività familiari. Quanto ne soffre la qualificazione del personale?

Dove sono arrivate, in determinate località, oltre alle grandi città, le grandi catene hanno fatto salire anche in territori minori la qualità delle nostre strutture locali. Le grandi catene sono criticate come se venissero a colonizzarci, mentre invece hanno fatto salire la qualità circostante. Sul punto ci sarebbe da investire di più nella formazione, che va promossa da associazioni di categorie e dalle Regioni.

Quanto siamo al passo con la digitalizzazione nei servizi turistici?

E' un tema eterogeneo, ci sono zone più o meno avanzate di altre ma complessivamente siamo ancora abbastanza indietro. Ciò non significa che non ci siano B&B attivissimi a organizzarsi con le tecnologie più avanzate, ci sono nel settore libelli più o meno avanzati. Il turismo resta un settore labour intensive, ma il risparmio sui costi si fa proprio con la tecnologia. Ad esempio più aziende si uniscono in centrali di acquisto ottenendo risparmio sulle spese effettuate. Penso soprattutto alla tecnologia di ambito manageriale per la gestione dell'albergo nei suoi diversi servizi e consente di ridurre l'uso del personale dove serve ma non certo dappertutto. Altro esempio: molti oggi pagano a rate i servizi alberghieri e ciò richiede un coordinamento.

Le scuole alberghiere sono in crisi di iscritti. Non ci si vuole formare nel turismo?

Ci sono livelli diversi nella formazione. In linea di massima, c'è un'impressione che ho trovato molto condivisa pochi giorni fa a un recente incontro dell'European Travel Commission in cui tutti lamentavano, olandesi e finlandesi inclusi, che le persone non si vogliono formare perché tanto il lavoro nel settore lo si trova lo stesso. Questo è un grosso equivoco. Nella ristorazione c'è stata la bolla degli chef, con i giovani attratti anche dalle trasmissioni televisive di cucina: ma in un ristorante di chef ce n'è uno, in sala chi ci va? Bisogna stare attenti alle mode, che condizionano le scelte di formazione. Al master in Economia del turismo siamo molto attenti a certi aspetti relativi a professioni che richiedono competenze sull'accoglienza, sul marketing digitale, sulla finanza, sulle risorse umane, sull'amministrazione e i bilanci. Sono aspetti della gestione d'impresa fondamentali anche per i piccoli gestori.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

LA SCHEDA

UN NUOVO BOOM

Quasi 127 milioni di turisti, oltre 442 milioni di pernottamenti previsti (si potrebbe registrare il valore più alto dei pernottamenti dal 2010). Segnali in ripresa anche sul versante dell'incoming: quasi 61 milioni di stranieri dovrebbero scegliere l'Italia per le vacanze (pari a poco meno della metà del dato complessivo degli arrivi previsti), generando ben 215 milioni di pernottamenti. Tutte le destinazioni regionali dovrebbero registrare un andamento positivo dei flussi turistici.
Per il 2023, i flussi turistici in Italia potrebbero generare una spesa turistica pari a 88,7 miliardi di euro con (+22,8% rispetto all'anno precedente).